

農業經濟課販売戦略室

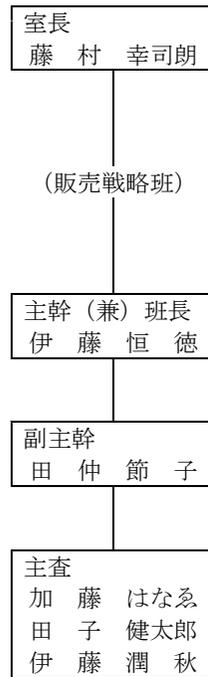
農業経済課販売戦略室

(平成31年4月1日現在)

室の所掌事務

(販売戦略班)

- ・ 部内の流通販売戦略の総括
- ・ 農産物等のマッチング
- ・ 生産者・JA等の販路拡大支援
- ・ 農産物の輸出促進（窓口）



事業名	県産農産物マッチング推進事業【農林漁業振興臨時対策基金】			担当	販売戦略班	
事業年度	平成30～33	事業主体	県	当初予算額	14,366千円	
事業目的	消費者・実需者の多様なニーズに対応するため、マーケットインの視点による流通販売体制を整備するとともに、農業法人やJA等の販路開拓の取組を支援する。			財源	繰入金	14,366千円
				内		
				内		
				訳		
実施内容	1 首都圏等マッチングサポート体制整備事業 12,042千円					
	(1) マッチングサポート体制の整備 首都圏企業への訪問等によるマッチング活動を推進し、農業法人やJA等の販路開拓をサポートする。 ・企業开拓員（東京事務所）及びマッチング推進員（販売戦略室）の配置等によるマッチング支援					
	(2) 秋田県農産物流通販売戦略推進会議の開催 農産物流通販売戦略を効果的に推進するため、関係機関で構成する会議を開催する。 ①構成 15団体（生産者6、実需者7、学識経験者1、県1） ②開催回数 年1回					
実施内容	2 量販店・社食でのPR事業 1,511千円					
	(1) 関西量販店でのプロモーション 関西圏の量販店で、りんご、山菜等のプロモーションを行う。 ・実施時期 8～2月					
	(2) 社員食堂での県産農産物PR 大手企業の社員食堂で、県産食材メニューの提供などフェアを行う。 ・実施時期 5～12月					
実施内容	3 商談機会提供事業 813千円					
	(1) 首都圏商談会への出展 外食等に販路を持つ首都圏の中間流通業者が開催する商談会に出展する。 ・実施時期 9月					
	(2) バイヤー招へい 外食等のバイヤーを招へいし、農業法人やJA等とのマッチングを行う。 ・実施時期 通年					

事業名	農産物流通チャンネル拡大支援事業【農林漁業振興臨時対策基金】			担当	販売戦略班	
事業年度	平成30～32	事業主体	認定農業者、農業法人、県等	当初予算額	8,053千円	
事業目的	実需者のニーズに対応した農産物の供給体制を整備するため、県外・海外への販路拡大に要する経費への助成を行うとともに、商談スキルの向上等を支援する。			財源	繰入金	8,053千円
				内		
				内		
				訳		
実施内容	1 農業者等営業力強化事業 8,053千円					
	農業者等が行う販促活動を支援するとともに、商談スキルの向上を図る。					
	(1) 販路拡大支援事業 ①助成対象 実需者訪問、商談会出展、サンプル提供、試験栽培等 ②補助率 1/2以内（上限：海外展開500千円、国内展開400千円） ③事業主体 認定農業者、認定就農者、農業法人等11経営体（海外展開3経営体、国内展開8経営体）					
実施内容	(2) 営業スキルアップ事業					
	①事業内容 販路開拓支援の専門機関による実践的指導					
	②事業主体 県					

事業名	農産物グローバルマーケティング推進事業【農林漁業振興臨時対策基金】		担 当	販売戦略班	
事業年度	平成31～33	事業主体	県		
事業目的	県産農産物の海外販路を拡大するため、多様な輸出ルートを構築するとともに、本県のブランド力及び県産品の商品力を高める取組を強化する。		当初予算額	11,939 千円	
			財源	繰入金	11,939 千円
			内		
			訳		
実施内容	1 グローバル企業と連携した農産物等の輸出ルート拡大事業		1,076千円		
	認定農業者や農業法人が小ロットでも輸出に取り組めるよう、企業と連携した輸出ルートの拡大を図る。				
	(1) 連携する企業の掘り起こし				
	①対象企業 海外に販路を持つ輸出業者、日系企業 等				
	②実施内容 県産農産物マッチングの可能性調査、市場調査				
	③想定国 シンガポール、香港、中国 等				
	(2) 農業法人等を対象とした意識啓発				
	①実施内容 輸出促進研修会、マーケティング情報提供、先行事例紹介 等				
	2 AKITAグローバルマーケティング事業		10,863千円		
	本県の輸出ターゲットであるアジア圏からのインバウンドが多い沖縄県において、農産物等のテストマーケティングを実施し、国ごとの消費者ニーズを把握するとともに、ニーズを踏まえた商品づくりを促進し、輸出の拡大を図る。				
(1) 沖縄インバウンドマーケティング事業		10,313千円			
「AKITA」のブランディングと県産品の商品力向上を図るため、マーケティングを実施する。					
①対 象 沖縄県へのインバウンド					
②実施場所 琉球王国市場					
③実施内容 県産品テストマーケティング、県ブランドのイメージづくり、県産フェア 等 沖縄国際物流ハブを核とした低コスト物流構築の検討					
④実施時期 通年					
(2) 秋田インバウンドマーケティング事業		550千円			
食品事業者等による輸出向け商品づくりを促進するため、食に関わる購買行動調査を実施する。					
①対 象 本県へのインバウンド					
②実施内容 クルーズ船の乗客に対するアンケート（3回）					
③実施時期 8～11月					